



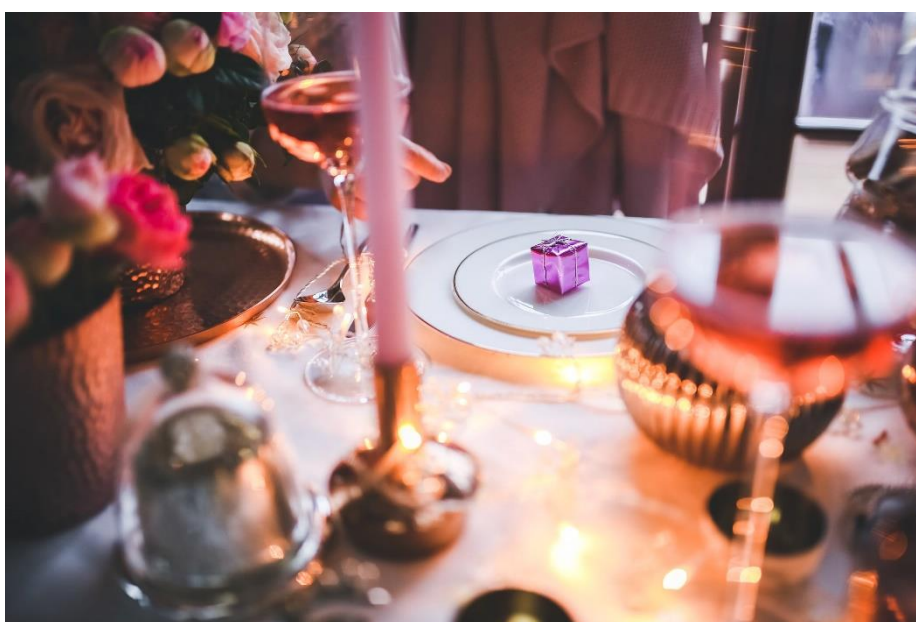
www.enogrup.com

Украина • Молдова • Грузия • Россия

Комплексные технологические решения в виноделии

Пить по-новому

7 актуальных трендов винной моды



Украина, Одесса
+380 48 71 71 271
info_enogrup@te.net.ua

Молдова, Кишинев
+373 22 84 00 17
enology@mdl.net

Грузия, Телави
+995 599 65 35 45
office_georgia@enogrup.com

Россия, Крымск
+7 861 31 22291
vintage.eno@mail.ru

info@enogrup.com
www.enogrup.com



Один из лучших сомелье мира Жерар Боссе рассказал Фокусу о том, что плещется в бокалах любителей виноградного алкоголя в третьем тысячелетии

Автор: Мария Бондарь

Тренд 1: мода на лёгкость

15 лет назад очень ценились вина, в которых чувствовался привкус дуба и серьёзная выдержка. В последние годы заметна обратная тенденция. Людям хочется чего-то лёгкого, хочется почувствовать вкус винограда. В моде вина с низким процентом алкоголя.

К примеру, один из моих любимых напитков, мадера, теперь не очень популярен. Это прекрасное вино, я часто бываю на его родине, в Андалусии, и у меня была возможность хорошенько его распробовать. Превосходные вкусовые качества, но уровень алкоголя довольно высок, 20%, а это сейчас не в тренде. Ещё мне очень нравятся шерри и бордо, опять-таки, крепкие вина, не очень подходящие для того, чтобы пить за обедом.

Впрочем, каков бы ни был мой собственный вкус, я не позволяю ему влиять на качество моей работы. К слову, вкусовщина — одна из самых распространённых ошибок сомелье и рестораторов. Людям кажется, будто потребителя непременно нужно напоить именно тем, что нравится им самим. Каждый имеет право на личные предпочтения, и я в том числе, но когда вы придёте в мой лондонский ресторан, будете пить то, что по вкусу вам, а не мне.

Тренд 2: оранжевое вино

15 лет назад о нём никто не слышал, но сейчас это один из самых трендовых продуктов. Его добавляют в меню популярные рестораны по всему миру. В некоторых классификациях его отмечают как разновидность белого вина, поскольку сорта винограда здесь используются те же. Разница в технологии производства. Для белого используют очищенный виноматериал, а для оранжевого — измельчённый виноград настаивают вместе с кожицей, косточками и веточками.

Только у нас. Популярными становятся вина из сортов винограда, растущих только в одной местности

Тренд 3: между красным и белым

Каким-то образом в мире всегда поддерживается определённый баланс потребления красного и белого вина, но география продаж разительно меняется. 25 лет назад Соединённые Штаты и Великобритания выбирали в основном белое вино. У жителей этих стран не было привычки пить вино за ужином, как поступают, например, французы и итальянцы. Поэтому красное, которое хорошо пить за едой, не пользовалось особой популярностью. Зато принято было осушить бокал чего-нибудь лёгкого после полудня, а для этого прекрасно подходило белое.

Путешествуя по континентальной Европе, американцы и англичане распробовали красные столовые вина. Кроме того, растущая популярность французской и итальянской кухни стимулировала спрос на напитки, которые к ней подаются. К тому же по всему миру заговорили о "французском парадоксе": жирная пища, внушительные объёмы потребления алкоголя и очень низкий процент заболеваний сосудов, сердца и желудка. Были опубликованы научные исследования и серьёзные статьи о пользе красного вина.

Теперь в тех же Штатах и Великобритании его покупают в больших количествах. Зато появился новый крупный потребитель белого — Азия, где ещё недавно вино в принципе не пользовалось особым спросом.

Тренд 4: винные коктейли

Знаю, что некоторые сомелье считают это профанацией, потому что в коктейле не почувствуешь всех оттенков вкуса, но лично мне этот тренд очень нравится. Для своего ресторана в Лондоне я разработал внушительную коктейльную карту, для которой выбрал очень много рецептов на основе вин и вермутов. Конечно, дорогие коллекционные вина я ни с чем не смешиваю, но обычные "коммерческие" вина хорошего качества — запросто. Это помогает приучить к вину молодёжь, а значит, обеспечивает будущий рост нашего рынка.

"Благодаря моде на новизну украинское вино могло бы занять достойное место на мировом рынке. Рестораны стремятся удивить своих клиентов винами из стран, не ассоциирующихся с виноделием"

Тренд 5: глобализация в бутылке

В странах с вековой традицией винного производства, таких как Франция, Италия и Испания, всегда было принято пить местное вино. В Бургундии пили бургундское, в провинции Бордо пили бордо и так далее. Собственно, старшее поколение и сейчас в основном придерживается этого неписаного правила, но молодёжь от него отступила. Связано это с тем, что современные европейцы студенческого возраста очень много путешествуют. Многочисленные вузовские программы обмена, доступность временного зарубежного трудоустройства, к примеру, на каникулах, всё это сделало молодых людей более открытыми миру и пробудило в них живой интерес к винам других стран. Теперь во Франции и Испании, в каком-нибудь большом городе, вы запросто можете встретить двадцатипятилетнего юношу, заказывающего австралийское, африканское или южноамериканское вино.

Тренд 6: винные бары

Их становится всё больше. Речь идёт не столько о месте, сколько об определённом формате потребления вина. Бар ведь может быть и выездным, как кейтеринг на вечеринке или открытии выставки. Так вот: винный бар — это, как правило, празднование без банкета, с лёгкой закуской или даже без. Гости выпьют по три-четыре бокала за несколько часов, и при этом не будет обильной еды. Популярность такого формата, скорее всего, и была одним из условий формирования моды на лёгкие напитки. Крепкое вино при всех его достоинствах тут совершенно не подойдёт.

Тренд 7: жажда новизны

10 лет назад, выбирая вино, все ориентировались на знакомые сорта. Речь, как правило, шла о классике — шардоне, каберне совиньон и т. д. Выбор, по сути, сводился к тому, чьё каберне лучше — французское, испанское или калифорнийское.

Теперь другое дело. Людям всё чаще хочется попробовать какой-нибудь новый для них сорт. Это, кстати, один из секретов популярности грузинских вин. В Грузии используют сорта винограда, которых просто нет у крупнейших мировых производителей вина.

Большим спросом пользуются вина из Галисии (Северо-Запад Пиренейского полуострова) и Санторини (остров в Эгейском море). Причина та же: местный виноград, который растёт и используется только в определённой местности. 10 лет они плохо продавались за пределами своего региона, а сегодня их с удовольствием заказывают по всему миру.

Кстати, благодаря моде на новизну локальные вина могло бы занять достойное место на мировом рынке. Многие рестораны стремятся удивить своих клиентов винами из стран, не ассоциирующихся напрямую с виноделием. Я вполне могу себе представить, как клиент ресторана где-то в Великобритании, которому принесли винную карту из шести-семи позиций, выбирает неизвестное вино просто потому, что для него это что-то новенькое.

Конечно, локальным виноделам будет сложно соревноваться в объёмах продаж с лидерами мирового винного рынка, но привнести нечто новое определённо под силу. В любом случае имеет смысл участвовать в международных отраслевых выставках уровня Pro Wine, в тестированиях. Даже если шансы попасть на топовые позиции рейтинга невелики, сравнение с сильными конкурентами помогает производителю адекватно оценить свой продукт и понять, что именно нужно улучшить.